

## CARIOSSI T-SHIRT (Perencanaan Pendirian Usaha Kaos Urban Sosial)

**Cario Feby Kumbara<sup>\*1</sup>, Retno Budi Lestari P<sup>2</sup>, Idham Cholid<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>STIE MDP; Jl. Rajawali No.14 Palembang (0711) 376400

<sup>3</sup>Jurusan Manajemen, STIE MDP, Palembang

e-mail: <sup>\*1</sup>cariocikal@gmail.com, <sup>2</sup>retno@stie-mdp.ac.id, <sup>3</sup>idham@stie-mdp.ac.id

**Ringkasan Eksekutif :** Cariossi t-shirt adalah suatu jenis usaha di bidang retail atau lebih tepatnya memproduksi kaos untuk kemudian dipasarkan. Produk yang ditawarkan adalah kaos bertemakan kehidupan sosial remaja perkotaan, seperti menumbuhkan kesadaran remaja dan mengajak ke arah yang lebih baik. Semua itu akan dituangkan pada kaos yang diproduksi Cariossi t-shirt, baik dalam bentuk gambar maupun tulisan. Cariossi t-shirt akan memproduksi dan menjual produk di rumah sendiri yang beralamatkan di Abiyasan, Jl. Setunggal, Lrg. Sekolah 3, kompleks Palem Perdana, blok C nomor 1, Kec. Ilir Timur 2 (Palembang kota).Keunggulan Cariossi t-shirt adalah dari bahan yang digunakan, yaitu katun 30s combed, barang bisa di retur apabila terjadi kesalahan ukuran ataupun cacat pada produk dan bisa melakukan COD (*cash on delivery*) khusus wilayah Palembang. Produk yang ditawarkan Cariossi t-shirt ditujukan kepada seluruh segmen masyarakat. Akan tetapi, usaha ini lebih memfokuskan target pemasaran produk kepada masyarakat berjenis kelamin laki-laki dengan usia 15-29 tahun karena di usia itu mereka lebih senang menggunakan jenis baju yang mudah digunakan serta nyaman. Untuk saat ini Cariossi t-shirt berada pada struktur organisasi yang sederhana dikarenakan bentuk usahanya yang masih merupakan bentuk usaha kecil. Pada proses produksi, Cariossi t-shirt menggunakan peralatan yang cukup lengkap guna menghasilkan produk yang baik dan berkualitas. Modal awal Cariossi t-shirt adalah sebesar Rp.36.893.500. *Payback period* dari usaha ini adalah selama 7 bulan. Dari hasil analisis kelayakan usaha menggunakan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), neraca, proyeksi arus kas dan *Break Event Point* (BEP), dapat disimpulkan bahwa Cariossi t-shirt dinyatakan layak untuk di realisasikan.

**Kata kunci:** T-shirt, Cariossi t-shirt, Perencanaan Bisnis, *Fashion*, Peluang.

**Executive Summary:** Cariossi t-shirt is a type of business in the field of retail or rather producing t-shirt for later marketed. The products offered are the themed urban social life, such as adolescent awareness and invite to a better direction. All of that will be poured on the t-shirt produced by the cariossi t-shirt, either in the form of pictures in Abiyasan, Jl. Setunggal, Lrg. Sekolah 3, palm complex primese, block C number 1, Kec. Ilir Timur 2 (Palembang City). Excellence Cariossi t-shirt is from the material used, namely cotton combed 30s, goods can in case of errors defects in the size of the product and can do COD (*cash on delivery*) special area of Palembang. Product offered Cariossi t-shirt intended to all segments of society. However, these efforts focus target marketing to the community-sex with men aged 15-29 years because at that age they prefer too use the kind of clothes that are easy to use and convenient. For the current Cariossi t-shirt area on the organizational structure that is simple because the shape of its business that is still a form of small business. In the production process, Cariossi t-shirt using equipment which is complete enough to produce a good product and quality. Initial capital Cariossi t-shirt is Rp. 36.893.500. *Payback period* of this venture is for 7 months. From the result of the analysis of the

*feasibility of the business the Net Present Value (NVP), Internal Rate of Return (IRR), balance sheet, cash flow projections and the Break Even Point (BEP), it can be concluded that Carioosi t-shirt declared eligible for in never achieved.*

**Keywords:** Carioosi t-shirt, Business Plan Fashion, Opportunities.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Sejarah Berdirinya Usaha

**D**i era modern saat ini kebutuhan akan sandang terutama kaos sangatlah penting bagi masyarakat. Kaos merupakan pakaian bagian atas yang dapat menunjang kepercayaan diri dari penggunanya, dengan model yang *casual* dan enak dipakai. Pada awalnya menggunakan kaos untuk pakaian sehari – hari hanya digunakan oleh beberapa orang saja. Sekarang kaos sudah tidak lagi menjadi suatu kebutuhan yang biasa digunakan tetapi telah menjadi gaya hidup sehari – hari dalam setiap aktivitas masyarakat. Karena penggunaan kaos yang simpel dipakai sehingga penggunaan kaos menjadi pilihan di kalangan usia muda dengan rentang umur 15-29 tahun. Berdasarkan data BPS Kota Palembang, 2013 penduduk kota Palembang usia muda 15 - 29 tahun sebanyak 440.958 jiwa. Dengan memanfaatkan informasi dan kondisi yang telah dijelaskan diatas maka Penulis tertarik untuk mendirikan usaha kaos yang bertemakan kehidupan sosial remaja perkotaan. Alasan penulis ingin membuat produk kaos pria ini dikarenakan kebutuhan akan baju kaos memiliki permintaan dan peluang yang cukup besar, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya masyarakat di sekitar kita. Melihat peluang yang sangat baik ini penulis akan memanfaatkannya dengan pengetahuan cara memproduksi baju kaos dan bagaimana cara untuk menjual baju kaos dengan bahan yang bagus, harga yang relatif terjangkau dengan kualitas yang baik sehingga bisa dijangkau oleh semua kalangan. Peluang yang besar ini membuat penulis optimis akan memperoleh keuntungan yang cukup besar juga karena kaos ini tidak akan mati, dan tidak akan menjadi busuk apabila disimpan dalam jangka waktu yang lama.

### 1.2 Visi, Misi dan Tujuan

#### 1.2.1 Visi:

Menjadikan Carioosi t-shirt sebagai usaha dengan tema kehidupan sosial remaja perkotaan yang banyak dikenal dan digemari untuk wilayah Indonesia khususnya kota Palembang.

#### 1.2.2 Misi:

- Memproduksi kaos dengan kualitas bahan yang baik
- Mendesain kaos sebaik dan semenarik mungkin
- Melakukan promosi secara terus menerus untuk memperkuat *brand*
- Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin.

#### 1.2.3 Tujuan

- Membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat kota Palembang
  - Mengajak masyarakat kota Palembang untuk menjadi seorang pengusaha
  - Memberikan informasi mengenai kehidupan remaja perkotaan
  - Menyediakan lapangan pekerjaan yang ada di Palembang dan daerah sekitarnya.
-

## 2. GAMBARAN USAHA

### 2.1 Gambaran Umum Usaha/Produk

Usaha kaos yang akan dijalani penulis ini bertemakan tentang kehidupan sosial remaja perkotaan, yang mana gambar atau tulisannya pada kaos tersebut akan penulis cetak menggunakan printer DTG. Untuk bahan bakunya penulis menggunakan kaos polos yang dibeli dari Jakarta atau Bandung dengan bahan 30s combed. Tidak hanya itu konsumenpun bisa mendesain gambar pada kaos sesuai keinginan mereka.

Adapun karakteristik yang dimiliki oleh kaos Cariossi t-shirt antara lain:

- Menyangkut kehidupan sosial remaja
- Mengajak kearah yang lebih baik
- Menumbuhkan kesadaran remaja
- Serius tapi santai
- Desain berupa gambar dan kata-kata.

Usaha bisnis retail yang akan penulis jalani ini hanya menjual kaos untuk pria khususnya remaja. Berikut merupakan keunggulan dari usaha Cariossi t-shirt:

1. Bahan yang digunakan menggunakan kualitas baik, yaitu dengan menggunakan bahan katun 30s combed.
2. Sistem COD (*cash on delivery*) yaitu sistem transaksi dengan melakukan pertemuan di satu tempat yang sama – sama tidak memberatkan satu dan lainnya.
3. Dapat membuat nyaman ketika digunakan dan juga bisa menyerap keringat dengan baik.
4. Barang dapat dikembalikan atau retur jika kondisi barang tersebut ukurannya tidak sesuai ataupun terjadi kerusakan pada produk.
5. Motif kaos dapat didesain sesuai keinginan konsumen jika diperlukan.

## 3. Aspek Pemasaran

### 3.1 Segmentasi, Targeting, Positioning

#### 3.1.1 Segmentasi

Segmentasi pasar yang akan dituju oleh usaha Cariossi t-shirt menasar ke semua kalangan baik kalangan menengah, bawah dan kalangan atas.

#### 3.1.2 Targeting

Target pasar yang akan dituju oleh Cariossi t-shirt adalah pria dengan usia 15-29 tahun, seperti pelajar, mahasiswa, karyawan yang ada di kota Palembang.

#### 3.1.3 Positioning

Dalam *positioning* berusaha menempatkan Cariossi t-shirt sebagai pemimpin pasar di kawasan kota Palembang dengan keunggulan-keunggulan bahan yang berkualitas serta desain yang menarik.

### 3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

Model penawaran dan permintaan digunakan untuk menentukan harga dan kualitas yang terjual di pasar. Untuk mempertajam permintaan ada dua permintaan efektif dan permintaan potensial. Permintaan potensial adalah keseluruhan potensi pasar yang dapat menjadi calon konsumen bagi suatu produk. Permintaan efektif

adalah keinginan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa yang dihubungkan dengan kemampuan membayar.

### 3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

**Tabel 3.1**  
**Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar**

No.	Penjualan perhari	Penjualan perbulan	Penjualan pertahun
1	5	150 <i>pcs</i>	1.800 <i>pcs</i>
2	6	180 <i>pcs</i>	2.160 <i>pcs</i>
3	7	210 <i>pcs</i>	2.520 <i>pcs</i>

Sumber: Penulis, 2016

Perhitungan rencana penjualan yang diasumsi Cariossi t-shirt mengalami peningkatan  $\pm 20\%$  pertahun.

### 3.4 Analisis SWOT

#### a. *Strength (Kekuatan)*

- Menggunakan bahan berkualitas, yaitu katun 30s combed
- Kaos dapat didesain sesuai keinginan konsumen
- Adanya sistem COD (*Cash on Delivery*)
- Barang yang dibeli dapat dikembalikan atau ditukar jika ukuran yang diinginkan tidak sesuai dan terdapat cacat pada produk.

#### b. *Weakness*

- Produk belum banyak dikenal oleh masyarakat
- Desain kaos masih terbatas karena masih baru

#### c. *Opportunities*

- J Pangsa pasar yang cukup besar, hal ini dapat dilihat dengan banyak jumlah penduduk usia 15-29 tahun di kota Palembang, yaitu sebesar 440.958 jiwa.

#### d. *Threat*

- Adanya pesaing sejenis yang sudah memiliki pasar
- Besarnya kemungkinan muncul pesaing sejenis yang baru
- Perbedaan harga antar pesaing yang tidak terlalu jauh.

### 3.5 Strategi Perusahaan Terhadap Pesaing

#### 3.5.1 *Product*

Dalam hal ini kaos merupakan produk yang akan ditawarkan Cariossi t-shirt di pasar. Berikut merupakan contoh produk yang akan ditawarkan oleh Cariossi t-shirt:



**Gambar 4.2 Produk dari Cariossi t-shirt**

### 3.5.2 Price

**Tabel 3.2 Harga Cariossi t-shirt dan Pesaing**

NO	NAMA USAHA	HARGA
1	Kaos Nyenyas	Rp. 80.000-120.000
2	Musi Mania	Rp. 75.000-120.000
3	Kelakar	Rp. 75.000-120.000
4	Cariossi T-shirt	Rp. 70.000-110.000

### 3.5.3 Promotion

#### 3.5.3.1 Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah semua bentuk terbayar dari persentasi non-pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu. Tujuan periklanan (*advertising objective*) adalah tugas komunikasi tertentu yang dicapai dengan pemirsa sasaran tertentu dalam periode/waktu tertentu (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2008).

Bentuk promosi Cariossi t-shirt pada bagian periklanan adalah berupa :

- Memasang poster dan membagi brosur promosi di area kampus.
- Mempromosikan Cariossi t-shirt secara *off-line* dan *on-line* melalui jejaring sosial.
- Cariossi t-shirt akan ikut serta dalam mengikuti event – event besar di kota Palembang seperti Musi Fest untuk memperkenalkan produk dalam daerah.

### 3.5.3.2 Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Menurut (Assauri, 2012 h. 241) *Personal selling* merupakan penggunaan model *face-to-face communication* di antara penjual dan pembeli. Untuk melakukan penjualan personal cariossi t-shirt akan menggunakan metode *word of mouth* kepada teman, tetangga dan masyarakat di sekitar lokasi usaha untuk kemudian disebar.

### 3.5.3.3 Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut (Assauri, 2012, h. 243) Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang berbeda dengan *personal selling*, *advertensi*, dan *publisitas*, untuk menggugah pembelian pelanggan dan meningkatkan efektivitas *dealer*.

Berikut merupakan promosi penjualan yang akan dilakukan cariossi t-shirt:

- Pemberian *discount* pada hari-hari besar, seperti lebaran, natal dan sebagainya
- Pemberian potongan harga sebesar 10% apabila membeli produk minimal 5 *pcs*.

### 3.5.3.4 Social Network

Media sosial bukan hal asing lagi bagi masyarakat kota Palembang, bahkan sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian orang. Hal ini merupakan peluang bagi Cariossi t-shirt untuk memasarkan produk melalui media sosial seperti *bbm*, *instagram*, *line*, *whatsapp* dan lain – lain.

### 3.5.3.5 Public Relation (Hubungan Masyarakat)

*Public Relation* adalah merupakan suatu kegiatan pengiklanan secara tidak langsung di mana produk atau jasa suatu perusahaan disebarluaskan oleh media komunikasi tanpa disponsori oleh perusahaan. Melalui *public relation* dapat membentuk pandangan baik (*corporate image*). Mencegah berita – berita tidak baik (*unfavorable rumors*) dari masyarakat (Dr. Sulyanto. 2010).

Bentuk promosi *public relation* yang dilakukan oleh Cariossi t-shirt berbentuk balasan atas setiap *comment* yang ada di jejaring sosial, sehubungan dengan hal yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk Cariossi t-shirt ini sendiri. Balasan tersebut dimaksudkan untuk dapat memberikan konsumen pandangan bahwa pihak Cariossi t-shirt akan berusaha untuk menjalin hubungan yang baik.

Cariossi t-shirt juga akan menawarkan pelayanan dan melakukan komunikasi yang baik terhadap konsumen dan masyarakat sekitar guna bisa membuat lebih nyaman ketika ingin melakukan proses pembelian atau ingin bertanya-tanya mengenai produk Cariossi t-shirt.

### 3.5.4 Placement (Penyaluran)

Menurut (Assauri, 2012, h. 118) Penyaluran, merupakan mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk dari titik produksi ke konsumen (dalam hal ini mungkin sebagai titik konsumen).

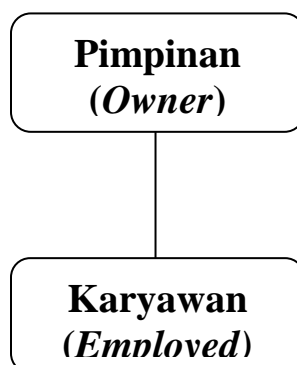
Tempat yang digunakan untuk penyaluran akan menggunakan rumah sendiri yang berfungsi sebagai tempat penjualan dan juga produksi yang beralamatkan: Abiyasan, jl. Setunggal, Irg. Sekolah 3, kompleks palem perdana, blok C nomor 1, kec. Ilir Timur 2 (Palembang).

---

#### 4. Aspek Organisasi dan Manajemen

##### 4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

##### 4.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Penulis, 2016

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi J Photoshot**

##### 4.2 Perijinan

Cariossi t-shirt akan meminta surat izin dari RT setempat dan membuat SITU (Surat Izin Tempat Usaha) agar mendapatkan izin baik dari lingkungan setempat maupun izin dari Pemerintah. SITU (Surat Izin Tempat Usaha) TDP (Tanda Daftar Perusahaan) serta akta pendirian usaha.

##### 4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Penyusunan tahap – tahap persiapan sebelum usaha ini di mulai. Dari survey pasar hingga usaha ini siap di dimulai bisa dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

**Tabel 4.1**

**Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan**

No.	Keterangan	Jadwal pelaksanaan (bulan)			
		1	2	3	4
1	Survei pasar				
2	Survei pesaing				
3	Menyusun rencana atau strategi				
4	Perizinan				
5	Rekrut dan pelatihan SDM				
6	Setting layout kantor				
7	Pemasaran dan promosi				

Sumber: Penulis, 2016

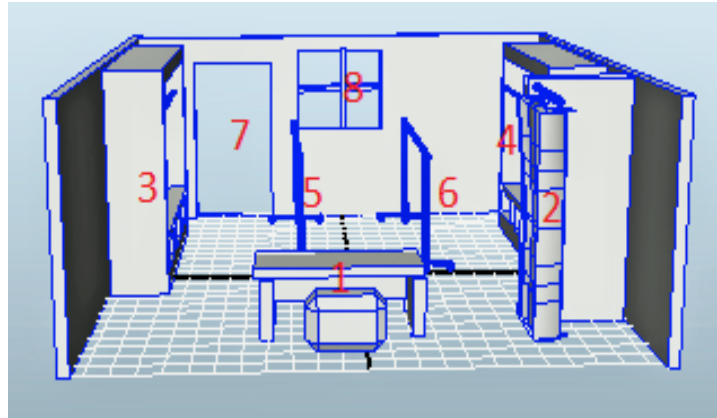
#### 5. Aspek Produksi

##### 5.1 Pemilihan Lokasi

Lokasi usaha Cariossi t-shirt beralamatkan di Abiyasan, Jl. Setunggal, Lrg. Sekolah 3, Perumahan Palem Perdana, Blok C Nomor 1 yang akan dijadikan tempat penjualan sekaligus produksi.

##### 5.2 Rencana Tata Letak

Berikut adalah gambaran layout Cariossi t-shirt



**Gambar 5.2 Layout Kantor J Photoshop**

### 5.3 Proses Produksi







**Gambar 5.3 Proses Produksi Cariossi t-shirt**

#### **5.4 Bahan Baku dan Bahan Baku Pembantu**

**Tabel 5.1 Bahan Baku**

No	Bahan Baku	Quantity	Harga	Total
1	Kaos Polos	50 Pcs	30.000	1.500.000
2	Hang Tag	1 lot (420 unit)	100.000	100.000
3	Benang <i>melange</i>	1 Gulung	25.000	25.000
4	Peniti	1 lot (80 unit)	20.000	20.000

Sumber: Penulis, 2016

#### **5.5 Tenaga Produksi**

Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan sebanyak 1 orang, tenaga kerja tersebut akan dipekerjakan sebagai pembuat desain kaos, melakukan promosi dan penjualan.

#### **5.6 Mesin dan Peralatan**

Total biaya mesin yang dibutuhkan Cariossi t-shirt adalah sebesar Rp. 20.650.000

#### **5.7 Tanah, Gedung dan Perlengkapan**

Lokasi usaha Cariossi t-shirt yang akan dijadikan sebagai tempat penjualan dan produksi adalah rumah sendiri yang berada di Abiyasan, Jln. Setunggal, Lrg. Sekolah 3, kompleks palem perdana, blok C nomor 1, Kec. Ilir Timur 2 (Palembang). Dengan memanfaatkan ruang kosong dengan luas (6mx4m). Alasan pemilihan lokasi

menggunakan rumah sendiri karena tidak dikenakan sewa, sehingga bisa menghemat biaya.

## 6.Aspek Keuangan

### 6.1 Sumber Pendanaan

**Tabel 6.1 Pendanaan Sumber Modal**

Keterangan	Persentase	Jumlah Modal(Rp)
Pribadi	60%	22.136.100
Orang Tua	40%	14.757.400
<b>Total</b>		<b>36.893.500</b>

Sumber : Penulis, 2016

Modal yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha Carioosi t-shirt yaitu kurang lebih 36.893.500 juta dari usaha berdiri sampai usaha Carioosi t-shirt beroperasi.

### 6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Kebutuhan modal investasi sebesar Rp. 29.506.000

### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Selain modal investasi, untuk membuka usaha juga memerlukan modal kerja, total modal kerja Carioosi t-shirt adalah Rp.7.387.500

## 6.4 Analisis Kelayakan Usaha

### 6.4.1 Payback Period

Metode *Payback Periode* (PP) adalah teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha (Kasmir dan Jakfar, 2009, h. 98).

$$\text{payback periode} = \frac{36.893.500}{62.513.500} \times 12 \text{ bulan} = 7,1 \text{ bulan}$$

= 7 bulan

Dari hasil diatas *Payback Periode* Carioosi t-shirt adalah 7 bulan.

### 6.4.2 Net Present Value (NPV)

*Net Present Value* (NPV) adalah perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi, hasil NPV positif yang akan diterima (Kasmir, 2009).

$$\begin{aligned} \text{NVP} &= \frac{\text{kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \frac{\text{kas bersih n}}{(1+r)^n} - \text{investasi} \\ \text{NVP} &= \frac{62.513.500}{(1+0.067)} + \frac{107.573.500}{(1+0.067)^2} + \frac{171.953.500}{(1+0.067)^3} - 36.893.500 \\ \text{NVP} &= 58.588.097 + 94.528.558 + 141.525.514 - 36.893.500 \\ \text{NVP} &= 294.642.169 - 36.893.500 = \text{Rp.}257.748.669 \end{aligned}$$

Dari hasil NPV untuk Carioosi t-shirt sebesar positif Rp.257.748.669 maka usaha ini layak untuk dijalankan.

### 6.4.3 Internal Rate Of Return (IRR)

**Tabel 6.4.3 Perhitungan *Net Present Value* dengan Suku Bunga 211% dan 212%**

Tahun	Kas Bersih	Bunga 211%		Bunga 212%	
		DF	PV Kas Bersih	DF	PV Kas Bersih
1	62.513.500	0,322	20.100.804	0,321	2.003.678
2	107.573.500	0,103	11.122.042	0,103	11.050.861
3	171.953.500	0,033	5.716.495,3	0,033	5.661.705
<b>Total PV Kas Bersih</b>			<b>36.939.341,3</b>		<b>18.716.244</b>
<b>Total PV Investasi</b>			<b>36.893.500</b>		<b>36.893.500</b>
<b>NPV</b>		<b>C1</b>	<b>45.841,3</b>	<b>C2</b>	<b>(18.177.256)</b>

$$IRR = i_1 \frac{npv1}{npv1 - npv2} \times (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 175\% + \frac{36.893.500}{36.893.500 - (-18.177.256)} \times 211\% - 212\%$$

$$IRR = 211\% + 0.50 \times 1\%$$

$$IRR = 211,50\%$$

Berdasarkan perhitungan NPV diatas, maka usaha Cariossi t-shirt dapat diterima karena bunga pengembalian lebih besar dari 6,75% (BI rate).

### 6.5 Analisis Keuntungan

#### 6.5.1 BEP Per Unit

$$BEP = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual satuan} - \text{biaya variabel per satuan}}$$

BEP tahun pertama

$$BEP = \frac{59.700.000}{110.000 - 5.500} = 571,3 \text{ unit} = 571 \text{ unit}$$

BEP tahun kedua

$$BEP = \frac{59.700.000}{110.000 - 3976} = 563,1 = 563 \text{ unit}$$

BEP tahun ketiga

$$BEP = \frac{59.700.000}{110.000 - 4.166} = 564,1 = 564 \text{ unit}$$

#### 6.5.2 BEP dalam Rupiah

$$BEP = \frac{\text{biaya tetap}}{1 - \frac{\text{biaya variabel persatuan}}{\text{harga jual persatuan}}}$$

Tahun pertama :

$$BEP = \frac{59.700.000}{1 - \frac{5.500}{110.000}} = Rp. 62.842.105$$

Tahun kedua

$$BEP = \frac{59.700.000}{1 - \frac{3.976}{110.000}} = Rp. 61.938.806$$

Tahun ketiga

$$BEP = \frac{59.700.000}{1 - \frac{4.166}{110.000}} = Rp. 62.058.212$$

## 6.6 Laporan Keuangan

Laporan Laba Rugi

Tahun Pertama: Rp. 21.370.140

Tahun Kedua: Rp. 36.907.200

Tahun Ketiga: Rp. 54.295.200

Neraca

Tahun Pertama: Rp. 200.847.500

Tahun Kedua: Rp. 257.067.500

Tahun Ketiga: Rp. 332.727.500

### UCAPAN TERIMA KASIH

1. Allah SWT.
  2. Bapak Johannes Petrus, S.Kom., M.T.I., CFP® selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Multi Data Palembang.
  3. Bapak Dr. Yulizar Kasih, S.E., M.Si, selaku Pembantu Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Multi Data Palembang.
  4. Ibu Megawati, SE, M.Si selaku Pembantu Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Multi Data Palembang.
  5. Bapak Idham Cholid, SE., ME, CFP® selaku Dosen Pembimbing II dan Pembantu Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Multi Data Palembang.
  6. Ibu Dr. Ratna Juwita, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Multi Data Palembang.
  7. Ibu Retno Budi Lestari, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang sudah berkenan meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, inspirasi, dan pengarahan yang sangat berharga selama berlangsungnya business plan ini.  
Para Dosen STIE MDP yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis selama ini.
  8. Staf Administrasi dan Perpustakaan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan business plan ini.
  9. Kedua orang tua tercinta, ayah Bahrum Tohet dan ibu Kusmawati serta kakakku Nico Bara Kusuma S.IP yang terus mendoakan, meyakinkan, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian business plan ini.
  10. Sahabat-sahabatku tercinta Anak-anak Selontok Jecklin Kenedy, Muhammad Agung, Andreas, Febriansyah, Muhammad Ulul Azmi, Ricky Sandi, Rido, Damiri, Abiyasa, Fauzi, Jefri, Jumantera, Abin, Alek, Firdi, Azri, Firman, Fajri, Thio dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu
  11. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan STIE MDP dan teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2012, yang saling membantu dan mendukung penulis sehingga dapat menyelesaikan business plan.
  12. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam penulisan business plan ini.
-

## DAFTAR PUSTAKA

Anonim 2016, *Data BI Rate tahun 2016*, Diakses 24 Mei 2016  
2016, dari <http://birate.go.idt/data-bi-ratei-tahun-2016/>

Anonim 2013, *Perkembangan Pakaian Jadi di Indonesia*, Diakses pada 4 Februari  
2016, dari <http://esgotado.net/industri-pakaian-jadi-di-indonesia/>

Assauri, Sofjan. 2012, *Strategic Marketing*, Salemba Empat, Jakarta.

---